



CoffeeCare S.R.L

Anno Scolastico 2022/2023
Nadia Temperini Docente Coordinatore
Istituto Tecnico Economico Feliciano Scarpellini
Umbria

Il nostro sito: <https://coffecare.odoo.com>



CoffeeCare, IL PRODOTTO CON UN NUOVO POTENZIALE

In che modo **CoffeeCare** vuole differenziarsi nel mercato e dagli altri prodotti per la cura della persona?



Gaetano Della Corte
Amministratore Delegato CEO
CoffeeCare

Cari soci azionisti,

CoffeeCare si impegna nella cura della persona attraverso la linea di prodotti composta da una crema, uno scrub e una maschera, rispettivamente per il viso, per gambe o braccia e per capelli. Il potenziale di CoffeeCare sta nel produrre i prodotti riutilizzando i fondi del caffè, quest'ultimo diventa la materia chiave del prodotto ed assume un'importanza alquanto rilevante per il prodotto, se non essenziale. Questa è la nostra Mission, utilizzare un qualcosa che andrebbe buttato e che invece porta a tutt'altro scopo, ma efficacissimo! Ciò rende anche CoffeeCare biologico ed ecosostenibili!

Oltre al caffè, nei nostri prodotti vengono utilizzati altri componenti naturali: olio di mandorle e olio biologico, burro di karitè, estratto di cacao e collagene, **olio di jojoba**, **olio di cocco**. Ognuna delle componenti aiuta a contribuire l'efficienza dei prodotti CoffeeCare, il quale scopo principale è quello di andare ad esfoliare la pelle grazie all'azione del caffè, che favorisce la prevenzione di peli incarniti, favorisce l'idratazione e cancella gli inestetismi, donando una pelle visibilmente sana.

CoffeeCare è un'azienda che si occupa di fornire, nel momento della cura della persona, una serie di benefici grazie ai principi attivi della materia chiave del prodotto, ovvero il caffè. Proprio dal suo nome 'CoffeeCare', letteralmente cura (per la persona) e caffè, la nostra azienda si propone di offrire prodotti che garantiscono un ottimo metodo di self-care. I fondi di caffè, che solitamente andrebbero buttati, possono essere riciclati e riutilizzati come un ottimo rimedio di bellezza!

Il logo



Indice del Rapporto Annuale

1. Lettera all'amministratore delegato
2. Sintesi/Obbiettivi
3. L'idea di business
4. Mercato
5. Clientela
6. Marketing
7. Produzione
8. Vendita
9. Risorse Umane

■ L'IDEA DI BUSINESS

L'azienda **CoffeeCare** ha avuto la sua fase d'avvio imprenditoriale raccogliendo inizialmente le materie prime più accurate, fondi di caffè, olio di mandorle e olio biologico, olio di jojoba, olio di cocco, burro di karité, estratto di cacao e collagene; successivamente siamo passati all'acquisto dei macchinari utili per la creazione dei prodotti, dosatore volumetrico, riempitrice e tappatrice pneumatica, etichettatrice automatica; abbiamo così iniziato la produzione con l'ipotesi di un'attività a pieno regime per almeno il triennio successivo.

• ROI

Tipo di investimento	Importo investito	Revenue generato	ROI
Ricerca e sviluppo di una nuova crema	50.000€	100.000€	100%
Ampliamento della rete di vendita	20.000€	40.000€	100%
Campagna di marketing online	10.000€	25.000€	150%










• Fondi e agevolazioni fiscali

'ON - Oltre Nuove imprese a tasso zero', l'incentivo per i giovani che vogliono diventare imprenditori. Ciò prevedeva un mix di finanziamento a tasso zero e contributo a fondo perduto per progetti d'impresa con spese fino a 3 milioni di euro, che poteva coprire fino al 90% delle spese totali ammissibili. Per quanto riguarda il ritorno di investimento si prevede che in un breve periodo di 6 mesi si possa avere il rientro totale della somma impiegata o a guadagnare nel limite dei primi 6 mesi di attività

The screenshot shows the website [incentivi.gov.it](https://www.incentivi.gov.it) with a navigation bar containing 'Catalogo', 'Chi siamo', and 'Glossario'. The main content area displays the following information:

- Home / Catalogo incentivi / ON - Oltre Nuove imprese a tasso zero
- Torna al catalogo incentivi
- ON - Oltre Nuove imprese a tasso zero**
- STARTUP/SVILUPPO D'IMPRESA | IMPRENDITORIA FEMMINILE | IMPRENDITORIA GIOVANILE
- Ultimo aggiornamento: 20/01/2023
- FORMA AGEVOLAZIONE**: Prestito/Anticipo rimborsabile, Contributo/Fondo perduto
- SETTORE**: Agroalimentare, Moda e Tessile, Chimica e Farmaceutica, Metallurgia, Elettronica, Meccanica, Autoveicoli e altri mezzi di trasporto, Mobili, Legno e Carta, Edilizia, Fornitura Energia, Acqua e gestione Rifiuti, Commercio, Servizi di trasporto, Alberghiero, Ristorazione, ICT, Cultura, Turismo, Salute, Altri servizi, Artigianato
- SPESA AMMESSA**: Fino a 3.000.000 €
- REGIONI**: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Trentino-Alto Adige/Sudtirolo, Umbria, Valle d'Aosta/Vallee d'Aoste, Veneto
- STATO INCENTIVO**: ATTIVO
- DATA APERTURA**: 24/03/2022
- NOTE**: Lo sportello resta aperto fino a eventuali nuove comunicazioni.
- [VAI AL SITO DI RIFERIMENTO](#)

■ L'IDEA DI BUSINESS

The Business Model Canvas		Designed for:	Designed by:	Date:	Version:
Key Partners  L'azienda è disponibile a stringere rapporti con società che utilizzano la nostra stessa materia chiave.	Key Activities  L'attività chiave della nostra azienda è convincere il cliente dell'efficacia del prodotto.	Value Propositions  Il prodotto fornisce, nel momento della cura della persona, un'esperienza rigenerante per il benessere della pelle. La caratteristica principale del prodotto è quella di essere esclusivamente biologico ed ecosostenibile per il pianeta.	Customer Relationships  L'azienda garantisce un supporto al cliente con un'assistenza post-vendita sempre disponibile.	Customer Segments  Per un pubblico maschile e femminile, utilizzo maggiormente indicato per un pubblico di età superiore ai 10 anni.	
	Key Resources  La risorsa chiave dell'articolo è il caffè, che richiede una adeguata trasformazione.		Channels  Disponibili nelle farmacie, erboristerie, rivenditori online, negozi di cosmetica.		
Cost Structure  L'azienda dovrà sostenere dei costi legati alla produzione, dell'edificio in cui avverrà la trasformazione, costi della pubblicità, costi di consegna e approvvigionamento delle materie prime.		Revenue Streams  Ricavi ottenibili mediante ricavi dalle vendite online e dirette.			

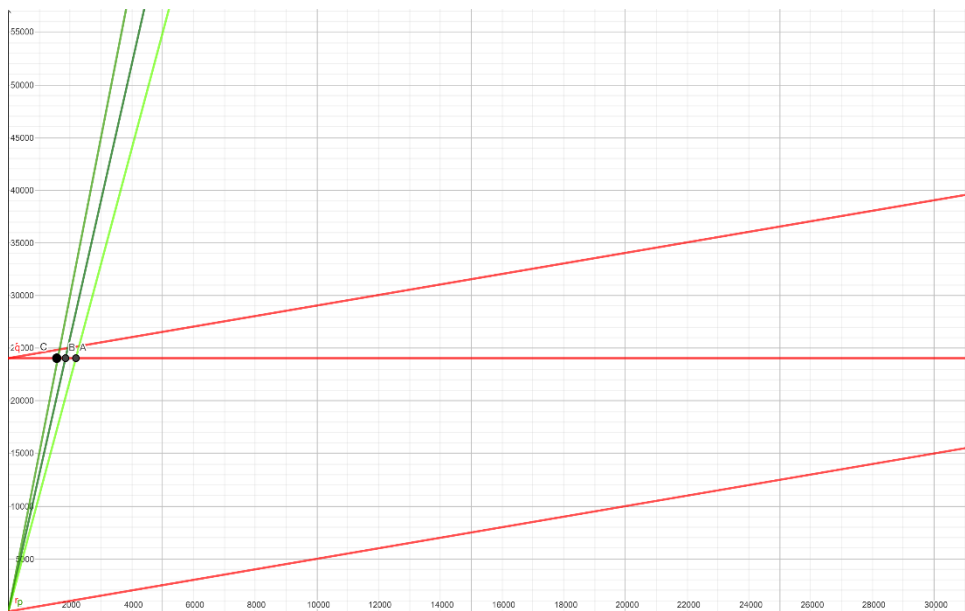
Budget e...

BUDGET ECONOMICO		
A) VALORE DELLA PRODUZIONE		
1) Ricavi delle vendite	216.236,00	
2) Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione	11.000,00	
3) Incrementi per lavori interni		
4) Altri ricavi e proventi	2.162,36	
TOTALE A		229.398,36
B) COSTO DELLA PRODUZIONE		
5) Per materie prime, sussidiarie e merci		21.623,60
6) Per servizi		32.435,40
7) Per godimento di beni terzi		12.600,00
8) Per il personale		80.970,00
a) Salari e stipendi	52.630,00	
b) Oneri sociali	15.980,00	
c) TFR	12.360,00	
9) Ammortamenti e svalutazioni		5.143,60
10) Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci		- 1.500,00
11) Oneri diversi di gestione		12.010,00
TOTALE B		163.282,60
DIFFERENZA TRA VALORE DELLA PRODUZIONE E COSTO DELLA PRODUZIONE		
		66.115,76
C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI		
12) Proventi	600,00	
13) Oneri finanz	- 2.162,36	
TOTALE C		- 1.562,36
RISULTATO ANTEIMPOSTE		
14) Imposte sul reddito d'esercizio	29.049,03	
UTILE (O PERDITA D'ESERCIZIO)		35.504,37

	Budget delle vendite			
	maschere	crema	scrub	
Costo medio per confezione	12,99	10,99	14,99	
nr di confezioni vendibili	3600	5600	7200	
	46.764,00	61.544,00	107.928,00	216.236,00

Budget degli investimenti			
IMPEGHI		FONTI	
Fabbisogno finanziario		Capitale proprio	
Beni strumentali		Capitale sociale	
Mezzo di trasporto interno	4.000,00	40.000,00	
Arredo	4.200,00	Incentivi	
Software	500,00	Incentivi per giovani	
Computer	2.400,00	ON - Oltre Nuove Imprese a tasso zero	
attrezzature	8.030,00	30.000,00	
-Dosatore volumetrico	1.230,00		
-Riempitrice e tappatrice pneumatica	3.000,00		
-Etichettatrice automatica	3.800,00		
Spese di costituzione	2.000,00		
spese per la certificazione prodotto (analisi chimiche)	5.000,00		
Attivo circolante			
Spese per scorte iniziali di consumo	500,00		
Salari per i primi due mesi	15.000,00		
Locazioni capannone ed uffici primi due mesi	10.130,00		
Liquidità	18.240,00		
	70.000,00	70.000,00	

	costo storico	ammortam	coef amm
Mezzo di trasporto interno	4.000,00	800,00	20%
Arredo	4.200,00	630,00	15%
Software	500,00	100,00	20%
Computer	2.400,00	600,00	25%
attrezzature	8.030,00	963,60	12%
spese di costituzione	2.000,00	400,00	20%
spese certificaz prodotto	5.000,00	1.650,00	33%
	26.130,00	5.143,60	



... Break Even Point



■ MERCATO

- **Analisi SWOT**

L'azienda **CoffeeCare** appartiene al settore dei cosmetici in quanto ci occupiamo della produzione di prodotti come creme, maschere e scrub, i quali forniscono una serie di benefici grazie ai principi attivi della materia chiave del prodotto.

Nel settore cosmetico la concorrenza è un'importante minaccia. Secondo alcuni dati però i prodotti italiani sono molto richiesti all'estero, anche attraverso l'e-commerce, un dato ottimo e speranzoso per la nostra azienda.

Interno

Vantaggi e Opportunità

Punti di forza:

Riutilizzare gli scarti del caffè in modo da riciclarli per creare i prodotti. Purificando il fondo del caffè e ottimizzandolo si ottiene tutta la nostra linea di prodotti per il benessere della persona, che comprende scrub per il corpo, maschere per il viso...

Rischi e Pericoli

Punti di debolezza:

avendo appena inserito la nostra nuova azienda nel mercato ci risulta più difficile fidelizzare con il cliente.

Esterno

Opportunità:

Il target di clientela si può considerare di nicchia in quanto punta alla ricerca dell'ecosostenibilità che caratterizza il nostro prodotto

Minacce:

avendo molti concorrenti in questo determinato settore è possibile trovare difficoltà nel vendere il prodotto



■ MARKETING

Le attività di comunicazione e promozione a supporto del prodotto **CoffeeCare** sono diverse.

L'obiettivo è quello di aumentare il riconoscimento e il valore del prodotto (e del brand) agli occhi del cliente, poiché da un'analisi di mercato risultano poco diffusi prodotti analoghi realizzati impiegando esclusivamente una materia prima qual è il fondo del caffè.

La nostra azienda sfrutta diversi canali di promozione:

Siti Online: tramite pop-up facciamo apparire il nostro prodotto nei vari siti come pubblicità

Sponsorizzazioni: tramite gli influencer il nostro prodotto verrà sponsorizzato nei social

YouTube: pubblichiamo dei video che mostrano il nostro prodotto nella sua applicazione

Blogging: Tramite blog dove possiamo interagire non solo con i nuovi clienti anche con chi già ha acquistato così da ricevere dei feedback sul prodotto

Facebook: Dal nostro profilo, nella sezione mercato, tramite link si può accedere direttamente al nostro sito dove acquistare i nostri prodotti

Piattaforme streaming: Si può mettere in diretta live la presentazione

Testo messaggio Video Social

Risveglia la tua pelle con la nostra crema viso al caffè! La caffeina presente nel caffè è un potente antiossidante che aiuta a stimolare la circolazione e a ridurre le occhiaie. La nostra crema viso a base di caffè è stata appositamente formulata per fornire alla tua pelle gli stessi benefici del tuo caffè preferito. La nostra crema viso al caffè è perfetta per tutti i tipi di pelle ed è ideale per l'uso quotidiano. Grazie alla sua consistenza leggera, si assorbe facilmente e lascia la pelle morbida e liscia. Inoltre, la nostra crema viso al caffè è stata creata con ingredienti naturali e cruelty-free, senza alcun tipo di sostanza nociva per l'ambiente. Vogliamo che tu possa prenderti cura della tua pelle senza compromettere la salute del nostro pianeta.

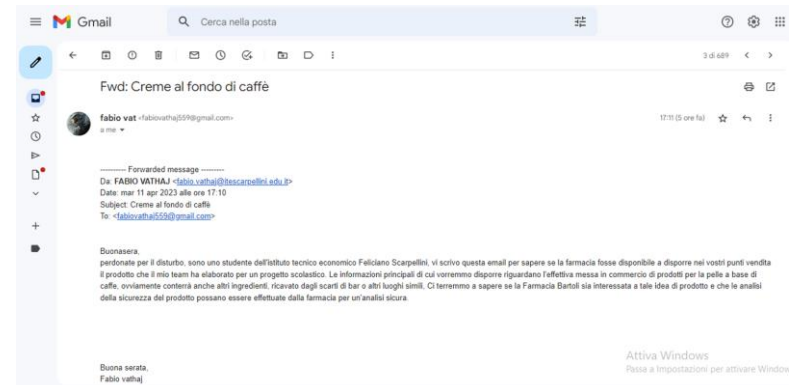
1. **Fase di preparazione:** in questa fase gli ingredienti principali per il prodotto in particolare della crema vengono preparati. Gli ingredienti possono includere acqua, olio di base (olio di jojoba e olio di cocco), emulsionanti, agenti idratanti (come glicerina), conservanti e fondi di caffè.
2. **Fase di miscelazione:** una volta che gli ingredienti principali sono stati preparati, vengono miscelati insieme in un contenitore adeguato. Questo può essere fatto manualmente o utilizzando un apparecchio per la miscelazione.
3. **Fase di riscaldamento:** dopo la miscelazione, la crema viso viene riscaldata per garantire che tutti gli ingredienti si combinino correttamente. Questo aiuta anche a sciogliere eventuali ingredienti solidi come la cera d'api.
4. **Fase di raffreddamento:** dopo il riscaldamento, la crema viso viene raffreddata lentamente per evitare che gli ingredienti si separino. Questa fase può richiedere diverse ore.
5. **Fase di aggiunta di principi attivi:** Dopo il raffreddamento, vengono aggiunti i principi attivi come ad esempio vitamine, estratti vegetali, acido ialuronico e altri ingredienti che hanno specifiche proprietà benefiche per la pelle.
6. **Fase di controllo della qualità:** La crema viso viene sottoposta a test di controllo della qualità per verificare che sia conforme agli standard richiesti.
7. **Fase di confezionamento:** Una volta superati i test di controllo della qualità, la crema viso viene confezionata in contenitori adatti al suo utilizzo e conservazione.
8. **Fase di etichettatura:** Infine, i contenitori vengono etichettati con informazioni sul prodotto come la lista degli ingredienti, il modo d'uso, la data di scadenza e il nome del produttore.
9. **Packaging**

PROCESSO PRODUTTIVO

CoffeeCare S.R.L

Certificati di produzione

Ci siamo adoperati per informarci di far eseguire una eventuale verifica analitica dei prodotti da parte di **farmacie** specializzate per accertarsi della effettiva sicurezza del prodotto applicato sulla pelle del cliente.





La sicurezza che abbiamo dei nostri prodotti viene, non solo, dalla ricerca scientifica come risulta dagli stralci delle ricerche scientifiche allegate:

[caffeine absorption porcine skin raman.pdf](#)

[espresso coffee residues.pdf](#)

[spent coffee grounds.pdf](#)

Per altro è stato chiesto il supporto all'Università degli Studi di Perugia, Facoltà di Chimica, a mezzo mail inviata al nostro referente Professore Raimondo Germani-Docente Ordinario
DIPARTIMENTO DI CHIMICA, BIOLOGIA E BIOTECNOLOGIE

Cerca nella posta

9 di 10

Progetto Impresa simulata CoffeeCare

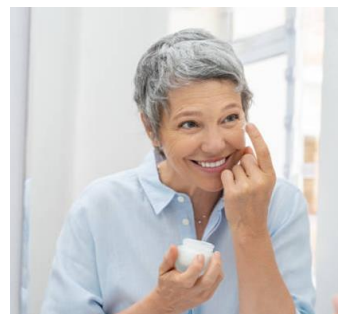
Coffee Care <coffeecare.ite@gmail.com>
a raimondo.germani, Ccn: alessandro.rughi

16 mag 2023, 12:24 (7 giorni fa)

Buongiorno Professor Germani,
Siamo i ragazzi dell'ITE Feliciano Scarpellini di Foligno, di cui le ha parlato il dottor Rughi che ci legge per conoscenza; ovvero Vanessa Benedetti, Gaetano Della Corte, Fabio Vathaj, Francesca Bonacci, Andrea Bonacci frequentanti la classe 5 SIA. Abbiamo partecipato al progetto promosso dal MIUR per diffondere il concetto di imprenditorialità nelle scuole superiori di secondo grado, realizzando un'idea di impresa denominata "CoffeeCare" di cui ha l'allegato. Siamo stati vincitori, in data 20 aprile u.s., alle competizioni regionali che si sono tenute alla Camera di Commercio dell'Umbria sede di Perugia organizzate dal partner JA Italia; dovremmo presentarci alle **Finali Nazionali** di imprenditorialità che si terranno a Milano in data 5 e 6 giugno presso l'**Università Bocconi di Milano**.
La business idea consiste nel realizzare prodotti per la cosmetica impiegando fondi di caffè ricchi di principi attivi ed è quindi un esempio di impresa circolare ed ecosostenibile. In particolare la linea di prodotti consiste in:
1) lo scrub
2) la crema
3) la maschera
Le saremmo grati se potesse esprimere un suo parere scientifico sulla fattibilità teorica a scopo didattico dell'impiego di tale componente (fondi del caffè) per la realizzazione di prodotti per la cura personale.
Nel ringraziarla anticipatamente restiamo in attesa di un Suo gentile riscontro e porgiamo i migliori saluti.

■ CLIENTELA

CoffeeCare è consigliato ad ogni tipo di pelle, per qualsiasi età, ad una clientela attenta all'utilizzo di prodotti ecosostenibili.



■ VENDITA

Per quanto riguarda la vendita **CoffeeCare** andrebbe ad utilizzare un sito online che andrebbe poi ad espandersi e migliorare strada facendo, oppure si potrebbe andare a vendere attraverso farmacie, erboristerie, centri benessere.

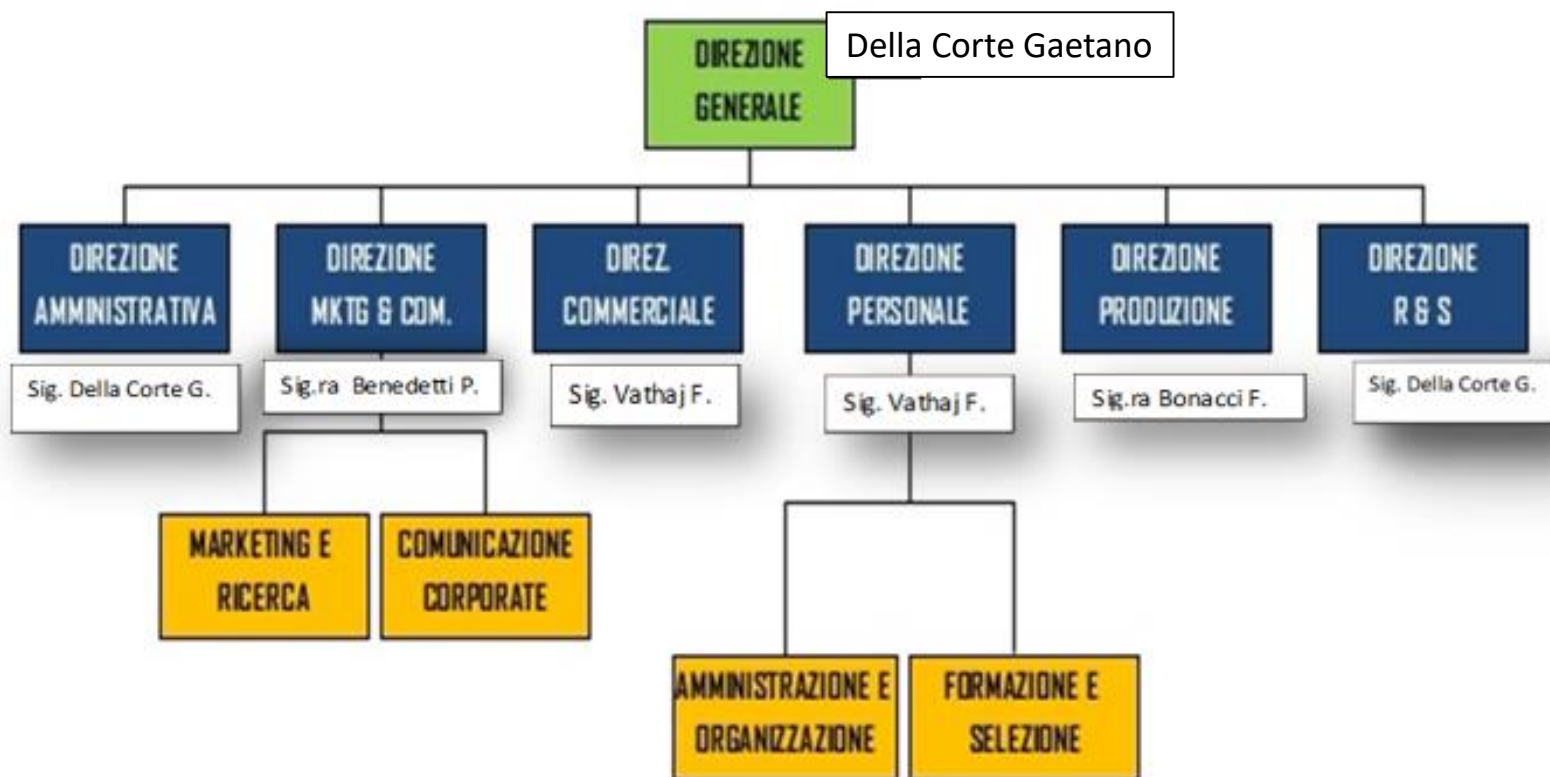
Purtroppo per la vendita dei prodotti si andrebbero ad utilizzare scatole in plastica andando contro al nostro modello di azienda ecologica.

Quindi per andare a rimediare a ciò pensavamo a promozioni come:

Il cliente rinvierebbe il barattolo utilizzato a CoffeeCare il quale riempiamo a prezzo minore ed **ogni 5 riutilizzi** un prodotto a scelta gratuito.

■ RISORSE UMANE

ORGANIGRAMMA FUNZIONALE





CoffeeCare S.R.L